



MARKET DRIVEN MANAGEMENT MARKETING

Scheda informativa del corso 2016-2017

A chi è rivolto

Il corso è rivolto agli studenti al terzo anno del Corso di Laurea in *Comunicazione Pubblica e d'Impresa* (ordinamento 270).

Scheda informativa sintetica (SUA Gomp)

Obiettivi formativi dell'insegnamento	<p>Il corso intende formare negli studenti il corpo di conoscenze di base sulle imprese e, in particolare, sulle configurazioni strutturali specifiche di quelle orientate al mercato.</p> <p>L'impresa verrà studiata nei suoi fondamentali aspetti strutturali (finalità, soggetti, organizzazione, funzioni, processi), di sistema (ambiente, settore, mercato, globalizzazione) e di gestione (strategie, operation, tattiche).</p> <p>Un'attenzione particolare sarà dedicata allo studio del mercato e delle scelte strategiche che l'impresa è chiamata in merito ad assumere.</p>
	<p>The class is designed to provide an overall foundation of business management principles as applied to market-oriented organizations in the today's competitive global arena.</p> <p>Specific topics will include the following: (1) the basic structure of modern enterprises (objectives, people, functions, organization, processes); (2) the today's business system (environment, industry, markets, globalization); (3) the managerial approach (strategy, policy and planning).</p> <p>Emphasis will be on strategy formulation and implementation for an effective decision making within the business enterprise.</p>



Contenuti e articolazione del corso	<p>Il corso si divide in due parti, ciascuna idealmente pari a tre crediti.</p> <p>La prima parte (<i>Business Management Principles</i>) si articola in lezioni frontali teoriche ed esercitazioni su temi quantitativi specifici (es. determinazione del punto di pareggio, calcolo dei principali indici).</p> <p>La seconda parte (<i>Marketing Principles</i>) si articola in lezioni frontali teoriche, discussione casi e testimonianze (frontali e video).</p>
	<p>This class includes two subject-oriented sections. For each section, three credits will be assigned.</p> <p>The <i>Business Management Principles</i> section will consist on formal lessons, lectures and skill sessions (e.g. break even point analysis, ratio calculation).</p> <p>In addition to the formal lessons, the second section, named <i>Marketing Principles</i>, will include lectures delivered by testimonials and panel discussions.</p>
Descrizione della modalità di svolgimento della verifica di profitto	<p>La prova d'esame si svolge in modalità mista: (i) test scritto finale, (ii) prova orale facoltativa (solo se 18 allo scritto).</p> <p>Gli studenti che effettuano il project work faranno un test scritto senza le prove di esercizio.</p> <p>Tutte le informazioni logistiche in merito al corso (esami, lezioni, testimonianze, ecc...) sono fornite via Twitter @albertomtx.</p>
	<p>Students are required to sit for: (i) written final test; (ii) optional oral examination</p> <p>Students attending the project work, will have a shorter written test.</p> <p>Lessons, lectures, and any other organizational information will be available on Twitter @albertomtx. Students are expected to follow the account.</p>
Testi d'esame	<p>Mattiacci A. Pastore A: (2013) <i>Marketing</i>, Hoepli Editore, Milano (escluse Parti V-VII)</p> <p>Dispense integrative distribuite durante il corso.</p>



Conoscenze e competenze che saranno acquisite

Al termine del corso gli studenti saranno in grado di:

- comprendere la natura delle problematiche gestionali dell'impresa, sapendo distinguere fra: interne ed esterne; strategiche e operative; funzionali e sistemiche;
- inquadrare le problematiche di mercato nei loro riflessi interni al sistema organizzativo d'impresa;
- analizzare il sistema di scambio dell'impresa nei propri aspetti distintivi, strutturali e congiunturali;
- comprendere le opportune condotte di mercato da perseguire.

Un corso base di una disciplina tecnica come il marketing management non crea degli specialisti tecnici, ma fornisce una completa panoramica dei temi e delle problematiche di riferimento.

Diventare *specialista di marketing* implica proseguire gli studi con un master specialistico di primo livello (scelta consigliata), o una laurea magistrale di tipo economico-manageriale.

Prerequisiti ed eventuali propedeuticità

E' auspicabile che lo studente acquisisca dimestichezza con la terminologia dell'economia, attraverso la lettura costante delle pagine economiche della stampa e dei quotidiani economici, la visione di trasmissioni televisive dedicate, eccetera.

È fondamentale, inoltre, avere già sostenuto l'esame *Fondamenti di Economia Politica* del secondo anno, nonché vivamente consigliato, fra quelli a scelta, l'insegnamento di *Sociologia dell'Organizzazione*.

È altamente consigliata la frequenza alle lezioni: una disciplina come il marketing management s'impara bene solo attraverso una riflessione costante nel tempo.

Metodi didattici

Il corso sarà erogato con modalità didattica frontale tradizionale, proiezione di video-contributi e seminari monografici di supporto alla redazione del project work.

Gli specialisti e i manager arricchiscono il corso mettendo a disposizione dell'aula la loro esperienza e professionalità. Per una disciplina come il marketing management, infatti, è assolutamente indispensabile affiancare a una solida preparazione teorica l'osservazione attiva della realtà quotidiana.



Modalità di valutazione della frequenza

Non sono previste modalità di registrazione delle presenze alle lezioni. E' infatti nell'interesse dello studente, adulto e consapevole, affiancare allo studio la frequenza alle lezioni e la partecipazione alle attività proposte dal docente.

Fa' eccezione a quanto sopra la partecipazione ai seminari, il cui calendario verrà reso noto con congruo anticipo, per i quali si potrebbero raccogliere le firme.

Modalità di esame

La prova scritta prevede:

Test misto:

- 40 domande chiuse (*multiple choice*) sui materiali di studio (0,5 punti ciascuna)
- 1 esercizio sul BEP (fino a 5 punti), 1 esercizio sul budget (fino a 5 punti).

Per accedere all'orale è indispensabile aver ottenuto un punteggio almeno pari a 18 nel test.

Come ottenere la tesi

La tesi è assegnata previa iscrizione dello studente a una lista, tenuta dal docente, per la quale è indispensabile aver già sostenuto l'esame. La domanda di tesi è disponibile online su www.albertomattiacci.it - area studenti.

Costituiscono requisiti preferenziali per l'assegnazione:

- Redazione della tesi in Erasmus o comunque all'estero
- Preparazione della tesi su bibliografia in lingua straniera
- Sostenimento dell'esame da Frequentante.

Prima di richiedere la tesi è consigliabile aver preso visione delle istruzioni di tesi, disponibili su www.albertomattiacci.it - area studenti.